

Religião e emoção “em rede”: uma análise das estratégias de patemização em correntes religiosas via *WhatsApp*

Religion and emotion “in a network”: an analysis of patemization strategies in religious currents via *WhatsApp*

Vagner Peron¹; Monica Santos de Souza Melo².

RESUMO: O presente artigo objetiva descrever e analisar as estratégias de patemização presentes em correntes religiosas de fiéis da Igreja Católica, propagadas via *WhatsApp*. O *corpus* foi constituído a partir de cinco mensagens escritas encaminhadas ao smartphone de um dos pesquisadores através da rede social em questão. Esta pesquisa apoia-se no referencial teórico-metodológico da Teoria Semi linguística do Discurso (CHARAUDEAU, 2012) em consonância com os estudos acerca do conceito de patemização defendido pela teoria e nos pressupostos em estudos sobre as redes sociais (AGUIAR, 2010; BARBOSA, 2016). Após a análise dos dados foi possível concluir que a patemização presente nas correntes religiosas em questão era usada como estratégia de captação de fiéis, com o intuito de mantê-los engajados nos processos discursivos e religiosos que fundamentam a doutrina católica.

PALAVRAS-CHAVE: semiolinguística; discurso religioso; emoção.

ABSTRACT: This article aims to describe and analyze the patemization strategies present in the religious faith currents of the Catholic Church, delivered via *WhatsApp*. The *corpus* was made up of five written messages sent to one of the researchers' smartphones through the social network in question. This research is based on the theoretical-methodological framework of the Semi linguistic Discourse Theory (CHARAUDEAU, 2012) in line with studies on the concept of patemization defended by the theory and the assumptions in studies on social networks (AGUIAR, 2010; BARBOSA, 2016). After analyzing the data, it was possible to conclude that the patemization present in the religious currents in question was used as a justice investigation strategy, with the aim of keeping them engaged in the discursive and religious processes that underlie Catholic doctrine.

KEYWORDS: semiolinguistics; religious discourse; emotion.

INTRODUÇÃO

A importância da religião para a sociedade está ligada ao seu contexto histórico, político e social (ASSIS; MELO, 2017). O poder exercido pela religião é tido como significativo na formação de valores morais e éticos dos indivíduos, uma vez que a doutrinação religiosa leva o fiel a acreditar

¹ Mestre em Estudos Linguísticos pela Universidade Federal de Viçosa. Atuou como professor substituto de língua inglesa e portuguesa no Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais - Campus Rio Pomba. E-mail: vagner.peron@ufv.br

² Doutorado em Estudos Linguísticos pela Universidade Federal de Minas Gerais. Professora Associada da Universidade Federal de Viçosa.. E-mail: monicamelo@ufv.br

que, quanto mais próximo e ativo em uma instituição religiosa o indivíduo se encontra, mais perto de Deus e da sua salvação ele estará. Falando mais especificamente da Igreja Católica, desde os seus primórdios, essa se dedica a difundir sua doutrina, pregar ensinamentos e saberes que direcionam os fiéis – vistos, nessa perspectiva, enquanto pessoas suscetíveis ao pecado – aos bons costumes em um mundo avesso e distante de todo arcabouço que ela objetiva disseminar.

A religião está ligada a um conjunto de valores que orientam o comportamento dos indivíduos. O catolicismo, por exemplo, preserva práticas e valores tais como a adoração, castidade, devoção e fé. A religião é reconhecida como instância que exerce influência significativa na vida da sociedade e do homem contemporâneo. Ao tentar definir a religião como fenômeno de natureza sociológica, Aldrige (2010) apoia-se no trabalho de Durkheim (1989). Para Aldrige (2010):

[...]. Após várias tentativas fracassadas, ele chegou a uma formulação respeitada, apresentada em *As formas elementares da vida religiosa*: ‘Um sistema unificado de crenças e práticas relativas a coisas sagradas, ou seja, coisas reservadas e proibidas – crenças e práticas que unificam, numa única comunidade moral chamada Igreja, todos os que a elas aderem.’ Essa formulação ilustra muito dos dilemas cruciais que continuam a confrontar a análise sociológica da religião. (p. 171).

Todavia, se por um lado a religiosidade é importante para a formação humana, por outro lado, a Igreja Católica parece sofrer com a perda de fiéis nos últimos anos; seja pelo surgimento de novas instâncias religiosas ou por ausência de identificação de seus fiéis com suas práticas internas. Dessa forma, é evidente a preocupação de seus representantes em ocupar espaços e âmbitos que antes não ocupavam, como a TV, o rádio, os jornais ou até mesmo as redes sociais, como é o caso da situação analisada neste estudo.

De acordo com uma pesquisa realizada pelo jornal El País, de 2014, a Igreja Católica foi citada como uma instância que “está perdendo força na América Latina” (FAUS, 2014, n. p.). Dados apontaram que, entre os anos de 1970 e 2014, o catolicismo contava com aproximadamente 92% de fiéis, mas o número caiu para 69% na data em que o estudo foi realizado pela *Pew Research*, de Washington, nos Estados Unidos. No mesmo período, a procura por instâncias protestantes passou de 4% para 16% da população latina. A justificativa principal para a perda de seguidores ao catolicismo e um aumento por instâncias protestantes foi justificada pela “procura por experiências religiosas mais pessoais”, conforme o texto original informa (FAUS, 2014, n. p.).

A religião se apresenta como uma instância político-social que estabelece relações de poder com a sociedade e, por meio de seus representantes, vinculados a diferentes denominações religiosas, utiliza de estratégias para que essas relações se efetivem, sendo uma delas a patemização. A patemização pode ser compreendida como um mecanismo de cunho discursivo-emocional que visa uma aproximação e uma identificação com o interlocutor, que leva à persuasão e que utiliza da

afetividade para criar laços psicológicos e sociais com determinada comunidade visada, no nosso caso, com os fiéis católicos. Nesse sentido, a patemização é vista como uma estratégia discursiva presente e fundamental no discurso religioso nas diferentes instituições religiosas (ASSIS; MELO, 2017).

O ato de emocionar, então, torna-se indispensável quando se tem por finalidade uma comunicação mais efetiva com o público que se pretende afetar, convencer e persuadir. Nesse sentido, dada a importância do processo emocional na instância discursiva, independentemente da sua extensão, diversos trabalhos no campo da Análise do Discurso (AD) acerca deste conceito tem enfatizado o conceito de patemização nos últimos anos (ALVES, 2016; CHARAUDEAU, 2007, 2010; CORRÊA-ROSADO, MELO, 2017; SILVA, 2017), assim como se tem publicado livros de estado da arte sobre tal categoria (GOUVÊA, 2017; MENDES e MACHADO, 2010; MELO, 2017).

Ao considerar a existência e relevância de estratégias de caráter emocional no discurso religioso, o objetivo deste estudo é desvelar e compreender a maneira como o fenômeno linguístico e psicológico da patemização perpassa grupos católicos através de mensagens de autoria do Padre João Carlos Ribeiro Rodrigues encaminhadas através da rede social *WhatsApp*. Pe. João Carlos Ribeiro é um sacerdote da Congregação Salesiana, cantor e compositor com 8 CDs lançados pela gravadora Paulinas-COMEP. Pernambucano de Palmares, dirige atualmente o Colégio Salesiano do Recife. Fundou e coordena a Associação Missionária Amanhecer (AMA), que agrega pessoas interessadas na evangelização nos meios de comunicação social. Apresenta programas de rádio e de TV na área religiosa. Com sua carreta-palco, é conhecido por seus shows e suas músicas inspiradas em temas bíblicos e religiosos.

Ao todo, foram selecionadas cinco 5 (cinco) mensagens para compor o *corpus*, publicadas no período de 20 a 24 de maio de 2019. Os dados foram analisados seguindo os parâmetros teórico-metodológicos fornecidos pela Teoria Semiolinguística de Patrick Charaudeau, mais precisamente o conceito de *patemização* fornecido pela teoria.

A escolha do discurso desse religioso como objeto de estudo se deve, justamente, à sua relevância como evangelizador e pela sua grande visibilidade, proporcionada por sua inserção nas mídias convencionais e digitais. A escolha da rede social *WhatsApp* se deve ao fato de a mesma ser uma plataforma considerada multimodal, amplamente utilizada, na qual diferentes tipos de textos e discursos são produzidos e veiculados facilmente. A rede social em questão nos faz refletir sobre a maneira como os mais variados discursos (político, midiático, religioso, etc.) estão sendo disseminados de múltiplas formas e vêm ganhando cada vez mais espaço em uma época marcada pela força da tecnologia na vida cotidiana. Dado isso, ao se perceberem as facilidades e possibilidades que esta rede apresenta, tem sido frequente o uso dessa, assim como de outras redes

sociais, por parte das instituições religiosas, na tentativa de penetração – independente de qual seja o seu propósito – em espaços os quais estas jamais haviam ocupado.

A partir da breve reflexão inicial acerca dos conceitos de religião e emoção, apresentam-se as perguntas de pesquisa: a) como a emoção, enquanto estratégia discursiva, materializa-se nas correntes religiosas via *WhatsApp*? b) Quais estratégias textuais/linguísticas são utilizadas pelo enunciador para emocionar o ouvinte-leitor? Estas são algumas perguntas que se pretende responder ao longo deste texto.

REVISÃO DE LITERATURA

DISCURSO E EMOÇÃO: A SEMIOLINGUÍSTICA *EM MOVIMENTO*

O conceito de patemização se insere no escopo de uma teoria do discurso: a Semiologia, cujo proponente é o linguista francês Patrick Charaudeau. O discurso para Charaudeau (2012) se constitui dentro de uma situação de comunicação na qual diferentes indivíduos se encontram inseridos em um processo interacional, discursivo. Para o autor, o discurso é compreendido como um campo próprio e autêntico. Assim, para Charaudeau, a AD demanda que se estabeleça a relação entre a linguagem e fenômenos psicológicos e sociais.

Nessa perspectiva, todo ato de linguagem se insere num projeto geral de comunicação, concebido por um sujeito comunicante, que, estando subordinado a uma série de restrições relacionadas à situação de comunicação, elabora um discurso. Para isso, recorre a estratégias, que consistem em escolhas que os sujeitos podem fazer na encenação comunicativa.

Charaudeau (2012) afirma que o discurso pode ser materializado a partir das interações entre sujeitos em diferentes situações de comunicação. As situações de comunicação mencionadas pelo autor englobam tanto o contexto no qual os indivíduos estão inseridos quanto o próprio ato de linguagem produzido pelos mesmos. Uma situação de comunicação pode ser identificada a partir da presença de um ser comunicante, que fala para alguém, assumindo uma identidade de sujeito enunciador, discursivo.

Conforme argumenta Silva (2017), o sujeito discursivo se projeta em relação a outro(s), endereçando o seu discurso a um sujeito destinatário. Assim, o sujeito destinatário passa a assumir uma identidade de interpretante e estabelece relações discursivas e de sentido com o outro em um processo comunicacional dentro de determinado contexto.

Ao considerar o discurso como a materialização dos processos comunicacionais entre sujeitos inseridos em um contexto, faz-se importante refletir sobre os aspectos psicossociais (afetivos) que perpassam os diferentes discursos produzidos. Ao reconhecer a existência das

emoções no discurso, Charaudeau (2007) procura abordar a emoção na perspectiva das representações sociais que pode engendrar.

Enquanto representação social, a emoção parece se originar de uma “racionalidade subjetiva” (CHARAUDEAU, 2007) devido ao grau de intencionalidade que a fundamenta. Ela se manifesta em um sujeito “em função de” alguma coisa, com determinada finalidade e propósito – sendo interpretada como *representacional*. Ademais, Charaudeau (2007) afirma que “a emoção pode ser percebida na representação de um objeto em direção ao qual o sujeito se dirige ou busca combater” (p. 241).

Semelhante a este estudo, o trabalho de Corrêa-Rosado e Melo (2017) é baseado nos pressupostos sobre a emoção tal como definido pela Teoria Semiolinguística de Patrick Charaudeau. Os autores rememoram o postulado por Charaudeau (2000) acerca do estudo da emoção, de que é preciso compreendê-la como um efeito visado e não produzido pelo indivíduo que enuncia. Ou seja, como um efeito almejado por meio da encenação discursiva.

Charaudeau (2007) afirma que a emoção pode ser compreendida como um efeito discursivo materializado através da linguagem. Por conseguinte, este efeito visado e discursivo da emoção é agrupado em três categorias, quais sejam:

a) *as emoções são de ordem intencional*, pois estão ligadas à racionalidade, sendo estas relacionadas a uma atividade que visa atingir um objeto ou busca combatê-lo. Elas se manifestam em um sujeito com a finalidade “de algo” que ele se imagina, de algo que possa ser nomeado como sendo intencional;

b) *as emoções estão ligadas aos saberes de crenças*, uma vez que elas se encontram enraizadas em crenças partilhadas por indivíduos em um grupo social e são originadas na esfera da subjetividade. Nas palavras de Charaudeau (2007, p. 3), “emoções e crenças estão indissolúvelmente ligadas: qualquer modificação de uma crença leva a uma modificação de emoção”;

c) *as emoções se inscrevem em uma problemática da representação*, sendo compreendidas como estados mentais intencionais apoiados em crenças. Nessa perspectiva, a questão patêmica envolve um ser actante em posição de beneficiário ou vítima ao qual o sujeito da representação está ligado.

Assim, recorrendo à fundamentação teórica acerca da patemização de Charaudeau (2000), Corrêa-Rosado e Melo (2017) apontam que:

[...] o estudo da patemização toca na questão de que a *construção discursiva do sentido é uma encenação dos efeitos visados* que depende das inferências produzidas pelos parceiros do ato de linguagem, sendo que essas inferências dependem dos conhecimentos (saberes) da situação de comunicação. Logo, a

organização do universo patêmico está calcada na situação social e sociocultural na qual a troca comunicativa se inscreve (p. 91, grifo nosso).

Após reconhecer a estratégia da patemização como uma construção discursiva de sentido, os autores corroboram os postulados de Charaudeau (2000) acerca da existência de uma produção de efeitos visados no ato de linguagem produzido pelos sujeitos e afirmam que este universo integra tanto a esfera social quanto sociocultural. Além disso, Corrêa-Rosado e Melo (2017, p. 91) salientam que a patemização está ligada a *um jogo entre as instruções contratuais* que pressupõe condições de produção.

Corrêa-Rosado e Melo (2017) resumem a proposta de Charaudeau (2000) e oferecem uma lista de três condições para a organização da patemização no discurso, sendo elas:

- Dispositivo comunicativo: os componentes do contrato de comunicação, sobretudo a finalidade e a identidade, devem predispor o interlocutor ao efeito patêmico, pois, como vimos, é da situação de comunicação que emanam instruções discursivas para o desenvolvimento dos processos lingüísticos do ato de influência;
- Campo temático: o campo temático em que o ato de linguagem se apoia deve prever um universo de patemização e produzir uma certa organização das tópicas (imaginários sociodiscursivos) para produzir um efeito patêmico;
- Espaço de estratégia: a instância enunciativa, ou o sujeito enunciador, deve, no interior do processo de dramatização, utilizar uma encenação discursiva com finalidade patemizante. Isto é, as estratégias devem ser organizadas para produzir efeitos patêmicos.

Com base em Charaudeau (2000), Corrêa-Rosado e Melo (2017) afirmam que a patemização no discurso pode ser encarada de forma *explícita e direta*: o sujeito enunciador (EUE) faz uso de palavras que remetem ao campo emocional, patêmico. Em contrapartida, apresentam a existência de uma forma *implícita e indireta*: o EUE emprega palavras que, num primeiro momento, são neutras do ponto de vista da emoção.

DISCURSO RELIGIOSO E WHATSAPP: AS CORRENTES RELIGIOSAS ON-LINE

Antes de iniciarmos a discussão acerca dos conceitos de discurso religioso e da rede social *WhatsApp*, estabelecendo relações e problemáticas entre eles, cabe uma reflexão inicial sobre a *cibercultura*. De acordo com Aguiar (2010), a *cibercultura*:

[...] é a cultura na qual já vivemos, de nosso tempo. A cibercultura – aberta pela interconexão global das redes digitais – é a cultura da velocidade, da extrema interação entre indivíduos e circuitos informativos, da não linearidade, da

instantaneidade, da quebra das fronteiras geográficas, da ausência das figuras de emissor e receptor, da virtualidade e virtualização e da integração e convergência. É uma cultura que se expande muito além das meras trocas de dados. É uma situação midiática e cultural: nem do contexto, nem do texto e sim do hipertexto (p. 85).

Ficam evidentes no excerto acima a presença e o fortalecimento das redes digitais nos dias atuais. Desse modo, é evidente a influência dessas redes na vida da sociedade contemporânea por ser uma ferramenta de alta velocidade, pelas múltiplas interações que os indivíduos podem desenvolver através delas redes e pelo número de informações que podemos obter ao usá-las. Uma vez que reconhecemos a *cibercultura* como um fenômeno cultural – e também social – somos capazes de compreender a maneira como essas mídias são usadas como plataformas para a divulgação, propagação e disseminação dos diferentes discursos, como é o caso do discurso religioso, foco desta pesquisa.

Ao refletir sobre a relação entre religião e mídia, Melo (2017) afirma que

Há, na atualidade, uma conjuntura complexa que favorece o uso das novas tecnologias pelas religiões. Trata-se do processo de midiatização do discurso religioso, do qual decorre a criação de um novo ambiente, que é um espaço privilegiado de ressignificação da religião. Esse novo ambiente permite que a mensagem não se restrinja ao espaço dos cultos, mas permaneça em circulação em outros espaços, o que favorece uma maior interação do público nas práticas simbólicas religiosas (p. 139).

O processo de midiatização das religiões através do uso das novas tecnologias fica explícito no excerto da autora e reforça o que previamente foi apontado neste artigo de que esse novo ambiente facilita e favorece o processo interacional entre o público e as instâncias religiosas, como as igrejas, os templos, etc. Ademais, Melo (2017, p. 140) salienta uma reformulação discursiva ao penetrar as diferentes mídias, sendo que “a linguagem assume uma configuração bem diferente da tradicional e adota procedimentos bastante diversificados, dos quais poderíamos destacar seu caráter mais interativo”. Assim, nessas interações os sujeitos visados se tornam agentes ativos no processo interacional, não sendo apenas ouvintes.

Ao apresentar algumas características do discurso religioso, Melo (2017) postula que a religião, assim como outras práticas, não pode agir sem a palavra. É a partir dela que um “novo contrato” é assumido entre aquele que fala (padres, pastores e demais representantes) e aquele que ocupa instância de recepção e produz sentido, cria significados e ressignifica suas práticas e discursos (os fiéis, crentes). Nesse sentido, conforme apresenta a autora, “a palavra no discurso religioso estabelece finalidades que vão do saber-saber (informação) ao saber-crer (persuasão) e, finalmente, ao fazer-fazer (incitação)” (MELO, 2017, p. 144).

Assim, o discurso religioso é compreendido como aquele que leva os sujeitos a praticarem uma ação, isto por possuir caráter pragmático e de legitimidade (MELO, 2017). Todavia, a ação somente acontecerá se os *sujeitos visados* passarem por um processo de identificação com as instâncias que produzem esses discursos.

Em relação à rede social *WhatsApp*, Barbosa (2016), concebe a mesma como sendo um software que:

[...] propicia a troca de mensagens de texto, vídeos, áudios, imagens, endereços de páginas da internet e possibilita discussão de temas, compartilhamento de conhecimento, atitudes, anseios e dúvidas, tanto em conversas privadas, quanto em grupos de até duzentos e cinquenta e seis participantes. Estas possibilidades dinamizam a comunicação entre os usuários e ainda permite armazenar toda a interação para consulta futura (BARBOSA, 2016, p. 41-42).

Na concepção da autora, ficam evidentes as diferentes possibilidades comunicativas que são proporcionadas pela plataforma digital em questão. Além disso, Barbosa (2016) afirma que o *WhatsApp* vem ganhando cada vez mais espaço na vida das pessoas, tornando-se ponte de relacionamentos pessoais e até mesmo institucionais, como é o caso das instâncias políticas e religiosas.

Aguiar (2010) aponta para a necessidade de pesquisas cujo problema científico é a relação entre comunicação digital e religião. A autora justifica sua afirmação dizendo que, ao compreender e situar pesquisas acerca de um campo tão abrangente de investigação, teremos um melhor entendimento da atualização da relação intrínseca entre religião e tecnologia. Em outras palavras, a pesquisadora chama atenção para investigações que abordem como a representação do sagrado se transforma e se materializa nas mídias digitais.

Tendo em vista a lacuna presente na literatura no âmbito da AD no cenário nacional e internacional acerca de teorias e estudos sobre *correntes religiosas on-line*, este estudo busca compreender esse fenômeno. Nesse estudo, tal gênero³ é definido como escritas de teor religioso propagadas em ambientes virtuais com o intuito de atingir, persuadir e/ou convencer determinado público, uma comunidade visada. Para tal, a linguagem nessas mensagens passa por um processo de remodelação, a fim de se tornar mais adequada à linguagem das redes sociais e acessível ao público destinatário, obedecendo as restrições do contrato comunicativo, distanciando-se, assim, do caráter formal que o discurso religioso possui e aproximando-se do registro coloquial, predominante nas interações digitais. As correntes religiosas, independentemente de suas extensões e finalidades,

3 Ao definir *correntes religiosas* como um gênero, optamos por seguir os pressupostos de Bakhtin (2000, p.279), que postula que os gêneros do discurso podem ser compreendidos como “tipos relativamente estáveis” de enunciados situados em uma esfera comunicativa, caracterizados pelo conteúdo temático, composicional e de estilo.

perpassam as redes sociais e são repassadas de indivíduo para indivíduo, seja através de um pedido explícito ou implícito de reprodução (o compartilhar e fazer circular a mensagem) presente em sua composição.

Apesar da facilidade em se compartilhar e receber informação através das redes sociais, é razoável salientar que as correntes religiosas não devem ser encaradas apenas como pertencentes ao meio digital. As redes sociais proporcionam maior rapidez e propagação de conteúdo on-line, mas existem outros meios pelos quais essas correntes se fazem presentes, como, por exemplo, por meio de panfletos distribuídos em igrejas, praças públicas, dentre outros. Apesar de reconhecer a escassez de trabalhos voltados para as correntes religiosas on-line, os termos “corrente de oração”, “novena” e “círculo de oração” podem ser encontrados no estudo de Barbosa (2016).

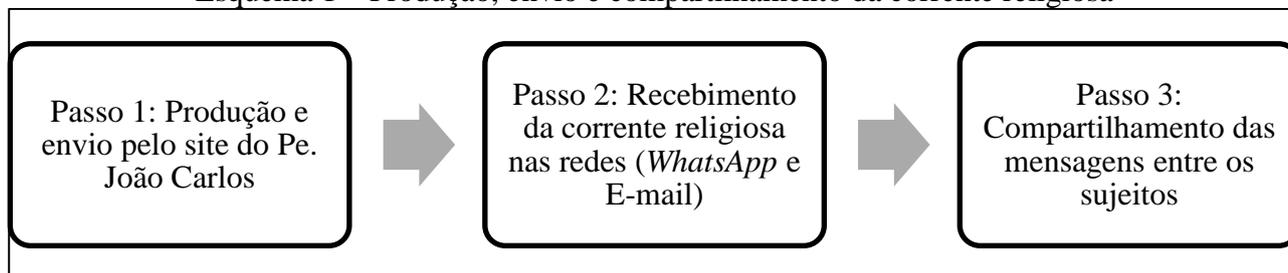
ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

AS ESTRATÉGIAS DE PATEMIZAÇÃO

Conforme já foi mencionado, este artigo pretende analisar as estratégias de patemização em cinco correntes religiosas on-line (via *WhatsApp*) escritas por Pe. João Carlos no período de 20 a 24 de maio de 2019. O *corpus* para análise se restringe às mensagens compartilhadas na rede social *WhatsApp* e não todo o conteúdo disponível no site onde são produzidas. Os dados foram analisados seguindo os parâmetros teórico-metodológicos da Teoria Semiolinguística de Patrick Charaudeau, mais especificamente o conceito de patemização fornecido pela teoria.

Abaixo, um esquema que exemplifica a produção e circulação dessas correntes religiosas no ambiente virtual:

Esquema 1 – Produção, envio e compartilhamento da corrente religiosa



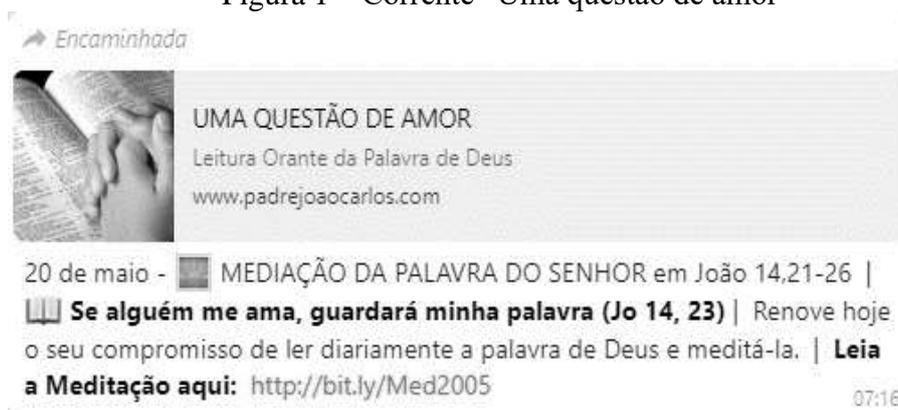
Fonte: Autores (2023).

A estrutura textual das mensagens segue um mesmo padrão, conforme mostra o esquema 1. As mensagens possuem origem no site do Pe. João Carlos, criador das correntes, e após a escrita as

mesmas são disseminadas na internet (*WhatsApp*, e-mail e demais redes sociais)⁴. Posterior à distribuição dessas mensagens na internet, os sujeitos interpretantes compartilham/repassam a outros membros em uma mesma comunidade virtual (p. ex., em conversas privadas ou em grupos de amigos/família no *WhatsApp*), formando uma ou mais correntes religiosas entre eles. Nesse sentido, essas mensagens se diferenciam das tradicionais, em panfletos, que costumam ser de autoria anônima.

Em relação à estrutura dessas correntes religiosas é importante destacar que elas seguem uma mesma lógica composicional: possuem um título referente ao conteúdo da mensagem do dia, a data em que ela foi escrita e divulgada, citação de um versículo bíblico, uma mensagem de caráter reflexivo-crítico escrita pelo sujeito enunciador (EUE- Pe. João Carlos) e o link para acesso a uma meditação⁵ no site ao qual as mensagens são vinculadas. Ademais, faz-se importante observar que as mensagens são sempre enviadas pela manhã e são denominadas pelo enunciador como “meditação da palavra do Senhor”, conforme mostra a Figura 1:

Figura 1 – Corrente “Uma questão de amor”



Fonte: *WhatsApp* (2019).

Na palavra do evangelho “Se alguém me ama, guardará minha palavra (Jo 14, 23)”, nota-se uma tentativa de captação e persuasão do interpretante através da emoção. As referências apresentadas na passagem indicam a sua origem no campo sagrado, bíblico, no qual o sujeito interpretante já atribui à corrente a devida legitimidade. Assim, o trecho faz inferência à presença de um *efeito visado* (CHARAUDEAU, 2000) previamente estabelecido por aquele que escreve, uma vez que o versículo é conhecido no meio cristão, de forte representatividade dentro da Igreja

4 No site institucional do padre é possível notar a opção de cadastramento para receber as mensagens através do celular (*smartphone*) ou computador.

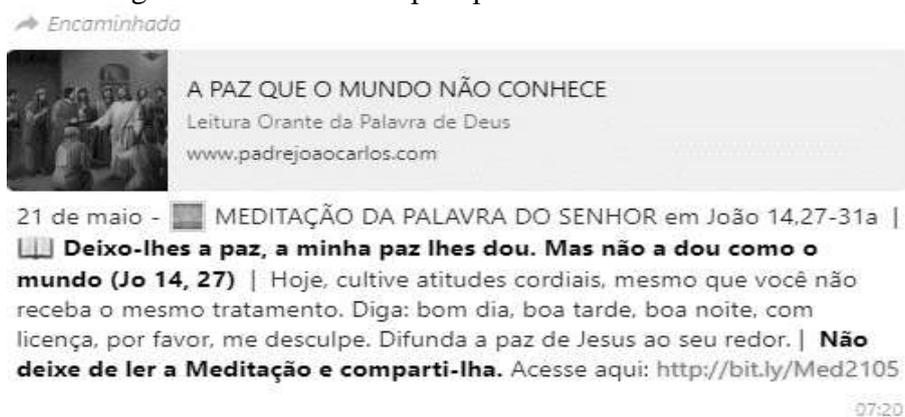
5 Conforme exposto anteriormente, neste artigo, o objeto de análise se concentra nas mensagens vinculadas na plataforma *WhatsApp* e não no conteúdo completo disponível no site no qual são produzidas.

Católica e muitas vezes usado como estratégia de evangelização. Desse modo, tanto o versículo quanto as palavras do padre reforçam o postulado de Melo (2017) sobre as estratégias características do discurso religioso. Ou seja, no versículo se pode constatar a presença do saber-crer (persuasão) e nas palavras do padre – mais precisamente no verbo “renove”, conjugado no imperativo afirmativo – do fazer-fazer (incitação).

Além disso, a patemização, enquanto recurso para captar e persuadir o interpretante, pode ser percebida através do verbo “amar” no título da corrente e no corpo do versículo escolhido pelo padre. Tal escolha lexical estabelece relação de causa-consequência: se você projeta o seu amor ao sagrado, guardará os seus ensinamentos. A fé e a devoção do fiel em Cristo implicam, portanto, um *dever* seguir seus ensinamentos. Ao mesmo tempo, fica evidente a tentativa do EUe (padre) de estabelecer um *contrato de responsabilidade* com os sujeitos interpretantes (fiéis) ao pedi-los que “renove hoje o seu compromisso” diário com a leitura e meditação da palavra de Deus.

Assim como na corrente religiosa da Figura 1, a patemização também pode ser observada na corrente da Figura 2. Todavia, de maneira indireta, não tão explícita nos enunciados.

Figura 2 – Corrente “A paz que o mundo não conhece”



Fonte: WhatsApp (2019).

No versículo “Deixo-lhes a paz, a minha paz lhes dou. Mas não a dou como o mundo (Jo 14, 27)”, a palavra “paz” parece se relacionar à ideia de conforto, tranquilidade e possui teor patêmico: é a paz daquele que venceu, de uma figura sagrada (Cristo) que exerce poder na vida daquele que crê, indicando um saber-saber (informação). A patemização nesse versículo está ligada nessa corrente ao apelo pela busca do “conforto”; um sentimento de paz que, segundo o versículo, o mundo não é capaz de proporcionar ao indivíduo que procura seguir as palavras de Cristo. Novamente, os usos de verbos no imperativo, como uma espécie de ordem sutil – “Diga: bom dia, boa tarde, boa noite, [...]”, “Difunda a paz de Jesus [...]” e “Não deixe de ler a Meditação e comparti-lha [sic]” –, remetem a um fazer-fazer (incitação).

Semelhante à corrente religiosa 2 (Figura 2), a patemização está implícita e indireta no versículo presente no exemplo 3 (Figura 3), o que remete ao pressuposto de Charaudeau (2000) citado por Corrêa-Rosado e Melo (2017).

Figura 3 – Corrente “Sem ele, estamos perdidos”



Fonte: WhatsApp (2019).

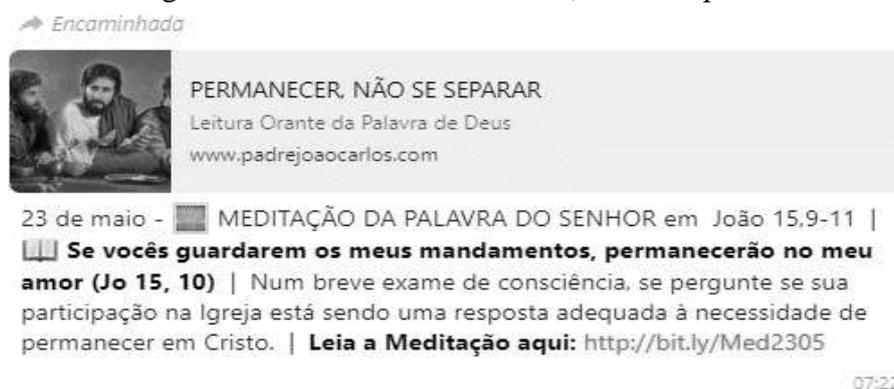
No versículo escolhido pelo enunciador no exemplo 3 “Sem mim, vocês nada podem fazer (Jo 15-5)”, fica evidente a existência de um *contrato de dependência* entre o sagrado e aquele que recebe a corrente em sua posição de fiel. Apesar de não haver palavras que remetam ao campo patêmico no versículo, a relação de dependência/devoção se encontra explícita na corrente e suscita temor, uma vez que sugere que é preciso se apoiar em Cristo para seguir o seu caminho de forma mais leve, tranquila e serena.

Subsequente à leitura do versículo, a reflexão proposta pelo padre se relaciona com posições noções de vulnerabilidade (em caso da ausência de Cristo na vida do interpretante) e dependência por parte de quem lê a corrente, o que pode produzir emoções de “insegurança”, “fragilidade” e “fraqueza”. Nesse sentido, de acordo com a mensagem, o indivíduo que não se curva ao processo de evangelização e oração está sujeito a vivenciar experiências profanas e, conseqüentemente, negativas. Assim como no versículo, as escolhas lexicais não apresentam traços diretos e explícitos do fenômeno linguístico da patemização, mas a carga semântica do discurso se materializa e atribui valor emotivo aos enunciados.

O sujeito que enuncia afirma que o processo religioso da oração, enquanto forma de contato direto com Cristo, é “uma forma de permanecermos” na presença Dele e reforça uma das características apontadas por Melo (2017) do saber-saber (informação), bem como o saber-creer (persuasão). Novamente, os verbos no imperativo estão atrelados à ideia de fazer-fazer (incitação).

Na Figura 4 a corrente apresenta palavras ligadas ao campo patêmico de maneira mais explícita e direta.

Figura 4 – Corrente: “Permanecer, não se separar”

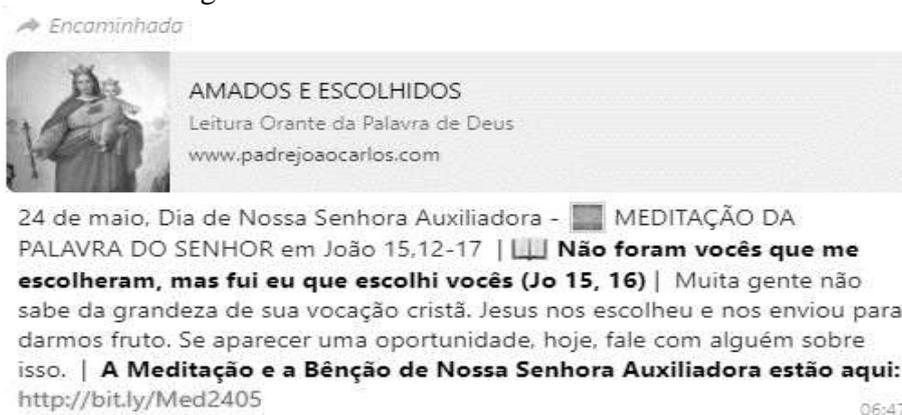


Fonte: WhatsApp (2019).

Em outros termos, na passagem dada no exemplo 4 “Se vocês guardarem os meus mandamentos, permanecerão no meu amor (Jo 15, 10)”, a palavra “amor”, pertencente à dimensão patêmica, configura uma emoção profunda entre o sagrado e aquele que possui devoção, adoração. O enunciado aponta para a importância em se conhecer e seguir os mandamentos sagrados para permanecer no amor em Cristo. Já na reflexão do padre, nas palavras seguintes ao versículo, o mesmo incita o sujeito interpretante a refletir sobre a sua participação na Igreja, a fim de captar e instigar a presença ativa dos sujeitos nas práticas religiosas institucionais.

Na corrente religiosa 5 (Figura 5) é possível observar a patemização já no título da corrente através da escolha das palavras “amados” e “escolhidos”.

Figura 5 – Corrente: “Amados e escolhidos”



Fonte: WhatsApp (2023).

Os adjetivos trazidos no título não foram escolhidos ao acaso. Por se tratar do discurso religioso é fato que instâncias responsáveis por essa prática objetivam captar, convencer e persuadir o sujeito que recebe e interpreta a mensagem. A linguagem, então, é utilizada como forma de exercer poder, como um ato político e social que penetra o cotidiano e contextos diversos dos sujeitos interpretantes (MELO, 2017). Dito isso, as escolhas lexicais presentes no título dessa

corrente têm por finalidade uma aproximação com o interpretante e pode ser compreendida como uma *estratégia visada* por aquele que enuncia.

Na passagem bíblica (Jo 15, 16) apresentada nessa corrente, nota-se uma estratégia patêmica indireta, implícita: a escolha do versículo pode ser interpretada como uma tentativa de aproximação com o fiel, a fim de se produzir emoções positivas (*fazer emocionar para crer*) relacionadas ao sentido do acolhimento e pertencimento. Na reflexão proposta por padre João Carlos, por sua vez, a mesma se volta à devoção daquele que busca pela palavra, do devoto, como sendo um dom, algo superior e profundo. No enunciado “Jesus nos enviou e nos acolheu”, percebe-se também uma estratégia patêmica relacionada à importância da vocação cristã, bem como um pedido do enunciatador ao interpretante para falar “com alguém sobre isso hoje”. Novamente a presença dos verbos no imperativo indica uma ordem sutil, um conselho ou até mesmo uma súplica.

Na seção que se segue serão apresentados os resultados encontrados após a análise das correntes religiosas compartilhadas via *WhatsApp* no que diz respeito às condições de patemização defendidas por Charaudeau (2000 apud CORRÊA-ROSADO; MELO, 2017). Isto é, os resultados serão discutidos se levando em consideração os conceitos de *dispositivo comunicativo*, *campo temático* e *espaço de estratégia*.

OS DISPOSITIVOS COMUNICATIVOS, CAMPO TEMÁTICO E ESPAÇO DE ESTRATÉGIA

Similar ao estudo de Corrêa-Rosado e Melo (2017), este estudo se apoia nos pressupostos acerca das estratégias da patemização descritos pela Teoria Semiolinguística de Patrick Charaudeau (2000). Como já discutido anteriormente, o discurso religioso tem por finalidade captar, informar, persuadir, incitar e até mesmo emocionar um *público visado*, os fiéis. De acordo com Melo (2017), a palavra religiosa estabelece finalidades que vão do *saber-saber* (informação), *saber-crer* (persuasão) ao *fazer-fazer* (incitação).

No processo de análise foi possível constatar através dos enunciados que perpassam as correntes religiosas a sua *finalidade patêmica*, no qual o *emocionar* se torna essencial para a captação da atenção de fiéis, para conquistar a sua confiança e reforçar uma imagem de legitimidade por parte das instituições. Assim, voltar-se para a emoção dos interpretantes pode ser visto como estratégia discursiva-linguística, uma vez que o *saber para crer* e o *fazer a fazer* são partes cruciais nos *contratos comunicacionais* estabelecidos entre um EUE (alguém com legitimidade e sabedoria para pregar a palavra de Cristo) e aquele que busca se afastar do caminho do pecado, do profano e se aproximar da salvação divina (fiéis).

Independentemente se essa comunicação acontece através das pregações e sermões em contextos formais (dentro das instâncias religiosas) ou em contextos informais, como nas redes sociais através de correntes de oração, como é o caso analisado neste estudo, ao reconhecer que os fiéis ao buscarem a palavra sagrada e a salvação, também buscam emoções positivas de acolhimento, conforto emocional e reconhecimento de suas boas práticas, um “jogo”, com estratégias previamente estabelecidas, precisa ser convencionado entre as partes envolvidas (Igreja e fiéis) para que o efeito patêmico possa se materializar e produzir significados efetivos para os envolvidos. Porém, diferentemente das demais formas de interação e das correntes tradicionais, as correntes disseminadas por redes sociais ou aplicativos de comunicação podem repercutir em termos de engajamento, revertendo em projeção e, em alguns casos, benefício financeiro para o responsável pelas publicações, o que aponta para uma dimensão comercial que pode estar envolvida nesse contrato.

Conforme já observado, as correntes religiosas compartilhadas via *WhatsApp* constituem um *corpus* relevante para este estudo. Tal análise nos permitiu verificar que: a) todas as mensagens presentes nas correntes religiosas analisadas possuem uma mesma sequência em sua estrutura, permitindo maior familiaridade e identificação por parte do leitor com esses enunciados; b) correntes religiosas possuem essencialmente caráter de evangelização e se pautam no Evangelho segundo João, apontando para uma escolha previamente articulada que busca essencialmente emocionar para fazer crer; e c) constata-se a presença de uma imagem de autoridade na figura do padre, que busca estabelecer relações profundas de aproximação e poder com aquele que objetiva atingir, principalmente através das reflexões propostas por ele após os versículos.

Quanto ao campo temático deste estudo, observa-se que a patemização está ligada aos *imaginários sociodiscursivos* (CHARAUDEAU, 2017) produzidos naquele contexto religioso cristão católico, calcado em saberes de crenças, que representam “as avaliações, apreciações, julgamentos a respeito dos fenômenos, dos eventos e dos seres do mundo, seu pensamento e seu comportamento na representação e na intenção, que constituem um espaço propício ao emocionar” (CHARAUDEAU, 2017, p. 582). Esses imaginários são pautados, portanto, na representação e na intenção, que constituem um espaço propício ao emocionar. Para Charaudeau (2017) os imaginários sociodiscursivos se constituem em um modo de apreensão do mundo relacionado aos saberes que os membros de um determinado grupo compartilham entre si. Logo, os imaginários são uma representação coletiva capaz de caracterizar um grupo, estabelecer valores e justificar suas práticas. Estes, por sua vez, possibilitam dar “significação à realidade, já que toda produção discursiva os engendra no processo de simbolização do mundo” (CORRÊA-ROSADO; MELO, 2017, p. 96).

Assim sendo, os imaginários sociodiscursivos do nosso *corpus* possuem um caráter dialógico, em que o discurso patêmico para ser efetivo se relaciona a saberes de crenças por parte

dos fiéis, mas também do padre. As correntes religiosas, então, são produzidas com base nesses saberes, capazes de afetar emocionalmente o leitor-cristão através do discurso. Percebe-se, pois, que o campo temático deste estudo só é patêmico pois se encontra enraizado em imaginários sociodiscursivos de natureza similar que parecem ser previamente articulados para a produção das correntes religiosas.

Por conseguinte, espera-se que, ao frequentarem espaços religiosos ou seguirem uma doutrina, os fiéis busquem experienciar emoções de acolhimento, conforto e pertencimento, pois muitos desses indivíduos se encontram em estado de vulnerabilidade física e/ou emocional. Desse modo, os fiéis, ao se engajarem em processos discursivos em uma comunidade discursiva (virtual ou não), compartilham saberes de crenças ligados à religião e a emoção: o que podem esperar da instância religiosa, o que a religião espera deles, como devem agir, etc.

Em relação ao espaço de estratégias, a patemização pode ser encarada como *estratégia discursiva*. Ao utilizá-la, o sujeito enunciador organiza, articula e se projeta em direção ao outro a influenciar, a acreditar, a emocionar. Tais considerações estão relacionadas com a posição (*mise en scène*) exercida pelo sujeito comunicante em relação ao interpretante. Em outras palavras, é preciso que aquele que fala possua estratégias suficientes para emocionar e tocar aquele que objetiva afetar de alguma maneira. Não se pode, contudo, afirmar que o indivíduo interpretante irá se comover com determinado discurso ou enunciado.

No caso deste estudo, por exemplo, temos um enunciador, Pe. João Carlos, sujeito legitimado pela posição que ocupa a falar em nome da Igreja Católica, que procura estabelecer contato com o fiel e emocioná-lo, comovê-lo, com um propósito específico: aproximar-se do fiel, captar a sua atenção e persuadi-lo, a fim de manter a sua vinculação junto a Igreja Católica.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo apresentou as principais estratégias de patemização (CHARAUDEAU, 2007, 2010, 2012) presentes em correntes religiosas católicas compartilhadas via *WhatsApp*. Através da análise dos dados foi possível desvelar e compreender a maneira como o fenômeno discursivo e estratégico da patemização perpassa as mensagens vinculadas na referida rede social, a fim de atingir emocionalmente aquele que tem acesso a ela, nesse caso, prioritariamente os fiéis católicos. Nessa perspectiva, com base na análise do *corpus* de mensagens selecionadas à luz da Teoria Semiolinguística do Discurso, sobretudo, considerando a estratégia da patemização, buscou-se responder às perguntas de pesquisa estabelecidas no início deste artigo, a saber: a) como a emoção, enquanto estratégia discursiva, materializa-se nas correntes religiosas via *WhatsApp*? b)

Quais estratégias textuais/linguísticas são utilizadas pelo enunciador para emocionar o ouvinte-leitor?

Para responder essas questões tivemos que considerar as restrições e estratégias que circundam esse tipo de interação. Identificamos que as correntes religiosas têm como instância de produção um sujeito comunicante que se insere numa posição de autoridade, legitimada pela Igreja Católica. Essa imagem pode ser determinante para que o leitor assimile o conteúdo. Isso também favorece a adesão à corrente, com a disseminação por parte do fiel daquele conteúdo entre seus contatos. Essa comunicação tem como objetivo promover saberes de crença relacionados à fé cristã, mais especificamente católica, mas seu compartilhamento na rede gera um engajamento que pode ser positivo para o responsável pela conta. Porém, o dispositivo exige do locutor uma adaptação da mensagem a uma linguagem mais coloquial e acessível. Pelo seu caráter de evangelização, as correntes religiosas foram perpassadas por versículos bíblicos (Evangelho segundo João), citações que possuem forte prestígio e relevância no cenário católico.

Nesse contexto, a emoção é usada como uma relevante estratégia de captação. Esse recurso pode ser identificado por meio de escolhas lexicais que remetem ao campo patêmico, na composição textual e na carga semântica atribuída aos enunciados. Em alguns casos, as estratégias de patemização foram percebidas de maneira direta e explícita, mas, em outros, se manifestou de forma indireta e implícita.

A tentativa de emocionar, por sua vez, parece estar ligada a uma estratégia de persuasão, de convencimento, de estabelecimento de relações mais próximas com o fiel, a fim de captar a sua confiança e criar um processo de identificação religiosa-institucional com o mesmo. Para tanto, o enunciador faz uso do poder que exerce dentro da instituição religiosa, apoiado em valores de crenças para, a partir dessa posição, levar o seu leitor a refletir sobre suas práticas religiosas, sua maneira de pensar e agir “em Cristo”.

Em relação a seu formato, as correntes religiosas em questão apresentaram estruturas bastante semelhantes: possuem um título referente ao conteúdo da mensagem do dia, a data em que ela foi escrita e divulgada, a citação de um versículo bíblico, seguido de uma mensagem de caráter reflexivo-crítico escrita pelo sujeito enunciador (EUE- Pe. João Carlos) e o link para acesso à mensagem completa. A denominação adotada “meditação da palavra do Senhor” é um convite à leitura, ao mesmo tempo em que borra a finalidade da publicação. Isto é, a de provocar, por parte do sujeito interpretante, a adesão à proposta e o compartilhamento do conteúdo, ampliando o nível de engajamento do enunciador.

Nosso estudo permite concluir que as correntes religiosas são um importante veículo de promoção de crenças relacionadas à fé cristã, todavia, funcionam também para a promoção do responsável pela publicação, o que serve de indício para se interpretar que o domínio religioso não é

exclusivo no contexto, mas que há também um contrato de ordem comercial, típico das interações nas mídias digitais, e que diz respeito à promoção do sujeito comunicante e de suas redes sociais.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, C. E. S. **A sacralidade digital: a mística tecnológica e a presença do sagrado na rede**. 2010. 285 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

ALDRIGE, A. Religião. In: SCOTT, J. (Org.). **Sociologia: conceitos-chave**. Tradução de Carlos A. Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2010. 2010, p. 171-175.

ALVES, G. M. S. L. M. Argumentação de emoções na publicidade impressa. **Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação**, Ilhéus, v. 11, n. 1, p. 17-35, out. 2016.

ASSIS, D. S.; MELO, M. S. S. Analisando o Discurso Religioso Mediatizado no Programa de Frente com Gabi: um contraste entre os discursos do Padre Fábio de Melo e do Pastor Silas Malafaia. In: MELO, Mônica Santos de Souza. **Reflexões sobre o discurso religioso**. Belo Horizonte: Núcleo de Análise do Discurso, Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos, Faculdade de Letras da UFMG, 2017, p. 85-104.

BAKHTIN, M. Os gêneros do discurso. In: BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. 3ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000, p. 277-326.

BARBOSA, E. A. S. **Linguagem e interação no WhatsApp**. 2016. 94 f. Dissertação (Mestrado em Letras). Universidade Federal de Rondônia, Porto Velho, 2016.

CHARAUDEAU, P. *Pathos* e Discurso Político. In: MENDES, E; MACHADO, I. L. (Org.). **As emoções no discurso**. Campinas/SP: Mercado de Letras, 2007. v. 1. p. 240-251.

CHARAUDEAU, P. A patemização na televisão como estratégia de autenticidade. In: MENDES, E.; MACHADO, I. L. (Org.). **As emoções no discurso**. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2010. v. 2. p. 23-56.

CHARAUDEAU, P. Os estereótipos, muito bem. Os imaginários, ainda melhor. Traduzido por André Luiz Silva e Rafael Magalhães Angrisano. **Entrepalavras**, Fortaleza, v. 7, p. 571-591, jan./jun. 2017. Disponível em: <http://www.patrickcharaudeau.com/Les-stereotypes-c-estbien-Les,98.html>. Acesso em: 3 dez. 2023.

CHARAUDEAU, P. **Linguagem e discurso: modos de organização**. São Paulo: Contexto, 2012.

CORRÊA-ROSADO, L. C.; MELO, M. S. S. Emoção e telenovela: um estudo das estratégias de patemização em O Astro. **Linguagem em (Dis)curso – LemD**, Tubarão, SC, v. 17, n. 1, p. 89-116, jan./abr. 2017.

DURKHEIM, D. **Formas elementares de vida religiosa: o sistema totêmico na Austrália**. Tradução de Joaquim Pereira Neto. São Paulo: Ed. Paulinas, 1989.

FAUS, J. Catolicismo perde força e um em cada cinco é protestante na América Latina. **El País**, Washington, 13 nov. 2014. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2014/11/13/internacional/1415854297_029972.html. Acesso em: 1 ago. 2023.

GOUVÊA, L. H. M. Um estudo das emoções em crônicas jornalísticas. In: **Revista de Estudos da Linguagem**, Belo Horizonte, v. 25, n. 2, p. 903-937, 2017.

MELO, M. S. S. Considerações acerca do Domínio de Prática Discursiva Religiosa. In: MELO, M. S. S. **Reflexões sobre o discurso religioso**. Belo Horizonte: Núcleo de Análise do Discurso, Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos, Faculdade de Letras da UFMG, 2017. p. 131-148.

MENDES, E.; MACHADO, I. L. (Org.). **As emoções no discurso**. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2010.

SILVA, W. P. Análise de argumentos patêmicos em um discurso do primeiro comando da capital. In: GOUVÊA, L. H. M. **Argumentação pela emoção: um caminho para persuadir**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2017. p. 7-38.